

Letras

O corpo feminino como estratégia de marketing: a importância do letramento crítico como forma de diminuir a objetificação da mulher

Laura Gabrielly Inácio Fiorentini - Bolsista PIBIC/UFLA - 5º módulo de Letras

Yasmin de Senzi José - 5º módulo de Letras - UFLA.

Helena Maria Ferreira - Orientadora DEL, UFLA. - Orientador(a)

Resumo

Apesar dos diversos movimentos feministas e das lutas pela igualdade de gênero, visando priorizar o respeito em relação ao corpo feminino, as mulheres continuam a sofrer diariamente com discursos machistas, abusos sexuais e abusos psicológicos, sendo tratadas, na maioria das vezes, como meros objetos de prazer e de consumo dos homens. Um exemplo claro disto, é a imagem da mulher em algumas propagandas publicitárias. Tendo isso em vista, acreditamos ser necessária uma intervenção educacional dentro das escolas que busque contribuir para o desenvolvimento crítico dos alunos que futuramente serão cidadãos ativos na sociedade. Sendo assim, este trabalho, que é um recorte do projeto “Potencialidades dos anúncios publicitários para a ampliação do letramento crítico”, que busca, por meio de um compilado de estudos, contribuir para uma formação/atuação docente reflexiva que se articule às demandas da sociedade, tem por objetivo mostrar como a leitura reflexiva e crítica de anúncios publicitários pode viabilizar a construção de um ambiente menos sexista e mais respeitoso, bem como enfatizar a importância de se trabalhar dentro da sala de aula a desconstrução, por meio da leitura, de discursos que promovem preconceitos, estereótipos, entre outros. Para tanto, realizamos uma pesquisa teórica pautada nos estudos sobre letramento crítico, elencando teóricos como Motta (2008), Menezes (2011) e Hoy (2005), a fim de entender o que é e como se dá esse processo de leitura crítica das produções desenvolvidas pela nossa sociedade. Para a elaboração deste trabalho, imagens que retratam o corpo feminino como produto de consumo foram selecionadas e analisadas por meio de inferências textuais (KOCH, 1993), abrindo espaço para uma reflexão crítica a respeito do discurso machista presente em cada uma delas. Com a realização deste trabalho, foi possível constatar que a atividade de letramento crítico dentro do âmbito escolar se faz mais que necessária, e que o uso de propagandas publicitárias - que circulam nos meios sociais do aluno - promove debates extensos e reflexivos, colaborando para que, desde cedo, o discente crie o hábito de pensar e agir criticamente. Ademais, a leitura crítica dessas imagens faz com que ele identifique e não queira reproduzir propagandas que desrespeitem, objetifiquem ou distorçam a imagem da mulher, o que colabora para a construção de uma sociedade mais empática e respeitosa.

Palavras-Chave: Letramento crítico , Objetificação do feminino, Inferência textual .

Instituição de Fomento: UFLA

Link do pitch: <https://youtu.be/povvSM1gVp4>